

**PENGARUH FAKTOR INTERNAL KONSUMEN, PRODUK, HARGA,
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SERTA
LOYALITAS KONSUMEN AGRO TOUR DI HORTIMART AGRO
CENTER, BAWEN**

**THE EFFECT OF CUNSUMER INTERNAL FACTORS, PRICE,
PRODUCT, AND PROMOTION ON CONSUMER SATISFACTION AND
CONSUMER LOYALTY OF AGRO TOUR IN HORTIMART AGRO
CENTER, BAWEN**

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi : Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis
Guna Memenuhi Sebagian dari Persyaratan untuk mencapai Gelar Sarjana
Pertanian

Sarjana Pertanian

Oleh :
Dini Melani
522012038



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA
SALATIGA
2017**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH FAKTOR INTERNAL KONSUMEN, PRODUK, HARGA,
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SERTA
LOYALITAS KONSUMEN AGRO TOUR DI HORTIMART AGRO
CENTER, BAWEN**

**THE EFFECT OF CUNSUMER INTERNAL FACTORS, PRICE,
PRODUCT, AND PROMOTION ON CONSUMER SATISFACTION AND
CONSUMER LOYALTY OF AGRO TOUR IN HORTIMART AGRO
CENTER, BAWEN**

Oleh :

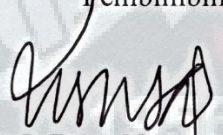
Dini Melani
522012038

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis Guna
Memenuhi Sebagian dari Persyaratan untuk mencapai Gelar Sarjana Pertanian

Disetujui Oleh :

Pembimbing





Dr. Ir. Bayu Nuswantara M.M

Disahkan oleh :

Dekan Fakultas Pertanian dan Bisnis

Universitas Kristen Satya Wacana



Dr. Ir. Bistok Hasiholan Simanjuntak, M.Si



PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dini Melani

NIM : 522012038

Email : dinimelaani@gmail.com

Fakultas : Pertanian dan Bisnis Program Studi : Agribisnis

Judul tugas akhir : PENGARUH FAKTOR INTERNAL, PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SERTA LOYALITAS KONSUMEN AGRO TOUR DI HORTIMART AGRO CENTER, BAWEN.

Pembimbing : Dr.Ir.Bayu Nuwantara. M.M.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Kristen Satya Wacana maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Kristen Satya Wacana.

Salatiga 6 Januari 2017





PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dini Melani

NIM : 522012038

Email : dinimelaani@gmail.com

Fakultas : Pertanian dan Bisnis

Program Studi : Agribisnis

Judul tugas akhir : PENGARUH FAKTOR INTERNAL, PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SERTA LOYALITAS KONSUMEN AGRO TOUR DI HORTIMART AGRO CENTER, BAWEN.

Pembimbing : Dr.Ir.Bayu Nuwantara. M.M.

Dengan ini saya menyerahkan hak *non-eksklusif** kepada Perpustakaan Universitas – Universitas Kristen Satya Wacana untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut (beri tanda pada kotak yang sesuai):

- ☒ a. Saya mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA
- ☐ b. Saya tidak mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA**

* Hak yang tidak terbatas hanya bagi satu pihak saja. Pengajar, peneliti, dan mahasiswa yang menyerahkan hak non-eksklusif kepada Repositori Perpustakaan Universitas saat mengumpulkan hasil karya mereka masih memiliki hak copyright atas karya tersebut.

** Hanya akan menampilkan halaman judul dan abstrak. Pilihan ini harus dilampiri dengan penjelasan/ alasan tertulis dari pembimbing TA dan diketahui oleh pimpinan fakultas (dekan/kaprodi).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Salatiga, Januari 2017

Dini Melani

Mengetahui,

Dr.Ir.Bayu Nuwantara. M.M.

ABSTRAK

Dini Melani (522012038)

Pembimbing: Dr.Ir.Bayu Nuswantara M.M

PENGARUH FAKTOR INTERNAL KONSUMEN, PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SERTA LOYALITAS KONSUMEN AGRO TOUR DI HORTIMART AGRO CENTER, BAWEN

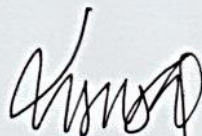
Skripsi, 2017, 54 Halaman

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Menganalisis pengaruh faktor internal konsumen (usia, tingkat pendapatan, dan tingkat kosmopolitan), produk, harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen *Agro Tour* di *Hortimart Agro Center*; dan (2) Menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen *Agro Tour* di *Hortimart Agro Center*. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 15 Januari-25 Februari 2016 di Divisi *Agro tour Hortimart Agro Center*. Dalam penelitian ini, diambil 60 responden dengan teknik *accidental sampling* menggunakan kuesioner yang kemudian dianalisis dengan uji statistik deskriptif dan uji Regresi linear sederhana dan berganda melalui program *SPSS versi 16.0 for windows*. Hasilnya menunjukkan bahwa (1) Secara bersama-sama variabel internal konsumen (usia, tingkat pendapatan, dan tingkat kosmopolitan), produk, harga dan promosi berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan secara parsial variabel usia, produk, harga dan promosi berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen, sementara itu untuk variabel tingkat pendapatan dan tingkat kosmopolitan konsumen tidak berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen *Agro tour* di *Hortimart Agro Center*; dan (2) Variabel kepuasan konsumen berpengaruh nyata terhadap loyalitas konsumen *Agro tour* di *Hortimart Agro Center*.

Kata kunci : Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen, *Happy tour*, *Hortimart Agro Center*.

Disetujui Oleh :

Pembimbing



Dr.Ir.Bayu Nuswantara

ABSTRACT

Dini Melani (522012038)

Supervisor: Dr.Ir.Bayu Nuswantara M.M

THE EFFECT OF CUNSUMER INTERNAL FACTORS, PRICE, PRODUCT, AND PROMOTION ON CONSUMER SATISFACTION AND CONSUMER LOYALTY OF AGRO TOUR IN HORTIMART AGRO CENTER, BAWEN

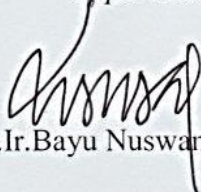
Minithesis, 2017, 54 Pages

This study aims to (1) analyze the influence of internal factors of consumers (age, income level, and the level of cosmopolitan), product, price and promotion of consumer satisfaction Agro Tour in Hortimart Agro Center; and (2) to analyze the influence of customer satisfaction on consumer loyalty Agro Tour in Hortimart Agro Center. The research was conducted on January 15-February 25, 2016 in the Division Agro tour Hortimart Agro Center. In this study, 60 respondents taken by accidental sampling technique using a questionnaire which is then analyzed with descriptive statistics and test simple and multiple linear regression through SPSS version 16.0 for Windows. The result shows that (1) Taken together consumer internal variables (age, income level, and the level of cosmopolitan), products, prices and promotions significant effect on customer satisfaction. While partially variable age, products, prices and promotions significantly affect customer satisfaction, while that for the variable income levels and the level of cosmopolitan consumers do not significantly affect customer satisfaction Agro tour in Hortimart Agro Center; and (2) Variable customer satisfaction significantly affect consumer loyalty Agro tour in Hortimart Agro Center.

Keywords: Consumer Satisfaction, Consumer Loyalty, Happy tour, Hortimart Agro Center.

Approved by :

Supervisor



Dr.Ir.Bayu Nuswantara M.M

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang telah memberikan kekuatan, ide, dan semangat yang tinggi, sehingga penyusunan penelitian skripsi ini dapat selesai dengan baik. Penulis menyadari bahwa penelitian skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Hal ini karena keterbatasan waktu, pikiran, tenaga dan pengetahuan dari dalam diri penulis .

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan penelitian skripsi ini yaitu :

1. Dr.Ir. Bistok H.Simanjuntak, M,si selaku Dekan Fakultas Pertanian dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana.
2. Dr.Ir. Bayu Nuswantara, M.M yang selaku Kaprodi Agribisnis, wali study dan dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pemikirannya dalam membimbing saya selama pembuatan penelitian skripsi ini.
3. Ir.G.Hartono, M.S. dan Dr.Tinjung Mary Prihtanti, SP, MP. Selaku Dosen Penguji.
4. Seluruh Dosen Agribisnis Universitas Kristen Satya Wacana
5. Staff Administrasi Fakultas Pertanian dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana yang telah membantu saya dalam kepengurusan administrasi selama penelitian skripsi.
6. Bapak Miyarso dan Ibu Rosana selaku kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan dukungan baik secara moril maupun materil.
7. Teman-teman Fakultas Pertanian dan Bisnis angkatan 2012 yang terus memberikan semangat dalam pembuatan penelitian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan penelitian skripsi ini masih banyak kekurangan, penulis berharap penelitian skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Salatiga, Januari 2017

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	Hal
HALAMAN PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan	3
1.3. Signifikansi	3
1.4. Batasan masalah	3
1.5. Model Hipotesis	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Dasar Teori	5
2.1.1 Perilaku Konsumen	5
2.1.2 Faktor Internal Konsumen	7
2.1.3 Bauran pemasaran	8
2.1.3.1 Kualitas Produk	9
2.1.3.2 Harga	10
2.1.3.3 Promosi	10
2.1.4 Kepuasan Konsumen	11
2.1.5 Loyalitas Konsumen	13
2.2 Penelitian Terdahulu	14
2.3 Hipotesa	15
BAB III METODE PENELITIAN	16
3.1 Penentuan waktu dan lokasi	16
3.2 Jenis dan Metode Penelitian	16
3.3 Teknik Pengambilan Contoh	16
3.4 Teknik Analisa Data	17
3.5 Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data	20
3.6 Definisi Operasional Variabel	20
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	23
4.1 Profil <i>Hortimart Agro Center</i>	23
4.2 Karakteristik Konsumen <i>Agro Tour</i>	24
4.2.1 Usia Konsumen	25
4.2.2 Tingkat Pendapatan	26
4.2.3 Tingkat Kosmopolitan	26
4.3 Persebaran Faktor Eksternal terhadap Kepuasan Konsumen	27

4.3.1 Produk.....	27
4.3.2 Harga.....	28
4.3.3 Promosi	28
4.4 Persebaran Faktor Kepuasan Konsumen terhadap loyalitas.....	29
4.5. Pengujian Data.....	30
4.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	30
4.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	30
4.6 Hasil Komputasi	31
4.6.1 Pengaruh Faktor Internal dan Faktor Eksternal terhadap Kepuasan Konsumen	31
4.6.2 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas.....	31
4.7 Uji Hipotesis	32
4.7.1 Faktor Internal, produk, harga dan promosi terhadap Kepuasan Konsumen program <i>Happy tour</i> di <i>Hortimart Agro Center</i> , Bawen.....	32
4.7.2 Faktor Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen program <i>Happy tour</i> di <i>Hortimart Agro Center</i> , Bawen.....	32
4.7.3 Model Regresi.....	32
4.7.3.1 Hasil Regresi Faktor Internal, produk, harga dan promosi terhadap Kepuasan Konsumen program <i>Happy tour</i> di <i>Hortimart Agro Center</i> , Bawen.....	33
4.7.3.2 Hasil Regresi Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen program <i>Happy tour</i> di <i>Hortimart Agro Center</i> , Bawen..	33
4.8 Pembahasan	34
4.8.1 Usia Konsumen	34
4.8.2 Pendapatan.....	34
4.8.3 Tingkat Kosmopolitan	35
4.8.4 Produk.....	35
4.8.5 Harga	36
4.8.6 Promosi.....	37
4.8.3 Kepuasan dengan Loyalitas	38
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	40
5.1 Kesimpulan	40
5.2 Saran	40
LAMPIRAN	41
DAFTAR PUSTAKA	51

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	20
Tabel 4.1 Tingkat Kepuasan Konsumen	24
Tabel 4.2 Tingkat Loyalitas Konsumen	25
Tabel 4.3 Persebaran Usia konsumen terhadap kepuasan.....	25
Tabel 4.4 Persebaran Tingkat pendapatan konsumen terhadap kepuasan	26
Tabel 4.5 Persebaran Tingkat Kosmopolitan konsumen terhadap kepuasan.....	27
Tabel 4.6 Persebaran Produk terhadap kepuasan	27
Tabel 4.7 Persebaran Harga terhadap kepuasan.....	28
Tabel 4.8 Persebaran Promosi terhadap kepuasan	29
Tabel 4.9 Persebaran kepuassan terhadap loyalitas	29
Tabel 4.10 Tabel uji validitas dan reliabilitas	30
Tabel 4.11 Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Terhadap Kepuasan Konsumen.....	30
Tabel 4.12 Pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen	31

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Hipotesis	4
Gambar 1.2 Tingkat Kepuasan Konsumen	12

